

**PENGARUH REFERENSI DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK  
MUDHARABAH  
(Studi Pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)**

**Skripsi**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh:**

**LUSINTA ELVA DHITA  
NPM 1451020230**

**Jurusan :Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

**PENGARUH REFERENSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK MUDHARABAH  
( Pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – tugas Dan Memenuhi Syarat – syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



Pembimbing I : Dr. Asriani, S.H., M.H

Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I., M.E.Sy.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah, peran strategi dari BMT yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Nasabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung merupakan mayoritas pedagang kecil yang selalu membutuhkan uang untuk menjalankan usahanya. Namun jumlah nasabah pembiayaan mudharabah pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan dan penurunan. Dan keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan tentunya didasarkan pada pertimbangan.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh referensi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data data primer. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Populasi dari penelitian ini yaitu nasabah yang memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung dan sampel dalam penelitian 32 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif responden, analisis statistic deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil yang diolah oleh program SPSS Versi 16.00 *for windows* menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,612 artinya 61,2%, keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung dipengaruhi oleh referensi dan pelayanan sedangkan sisanya 38,8 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan oleh peneliti. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$  artinya Referensi ( $X_1$ ) dan Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah (Y) pada BMT Fajar Bandar Lampung. Hasil uji persial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi referensi ( $X_1$ )  $0,004 < 0,05$  artinya referensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah (Y) pada BMT Fajar Bandar Lampung dan nilai signifikan pelayanan ( $X_2$ )  $0,015 < 0,05$  artinya pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah (Y) pada BMT Fajar Bandar Lampung.

Kata Kunci :*Referensi, Pelayanan, Keputusan Nasabah, Mudharabah.*





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Referensi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah  
Dalam Memilih Produk Mudharabah ( Pada BMT Fajar Cabang  
Bandar Lampung)

Nama : Lusinta Elva Dhita

NPM : 1451020230

Jurusan : Perbankan Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**DISETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

Dr. Asriani, S.H., MH

Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I., M.E.Sy.

**NIP. 196605061992032001**

**NIP. -**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah**

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

**NIP. 19820808 2011012009**





**KEMENTERIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Referensi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Mudharabah”**, disusun oleh  
**Nama : Lusinta Elva Dhita , NPM.1451020230, Program Studi Perbankan Syari’ah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal :

**TIM MUNAQOSYAH**

**Ketua Sidang : Dr. H. Isnaeni, M.A**

**Sekretaris : Anas Malik, M.E.Sy**

**Penguji I : Fatih Fuadi, M.S.I.**

**Penguji II : Diah Mukminatul Hasyimi, S.E.I., M.E.Sy. (.....)**

**Mengetahui,**

**Dekan**



**Abdul Ghofur, S.Ag, M.Si**  
**NIP.198008012003121001**

## MOTTO

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا رَزَقَكُمْ اللّٰهُ مِنْ حَلٰلٍ وَّاَحْلٰلٍ ذٰلِكَ سُبُوْغٌ لَّكُمْ ۚ لَعَنَ اللّٰهُ الشّٰيْطٰنَ الَّذِيْ يَزِيْزُ الْاَنۡفُسَ الْفٰسِقَ ۝۱۶۸



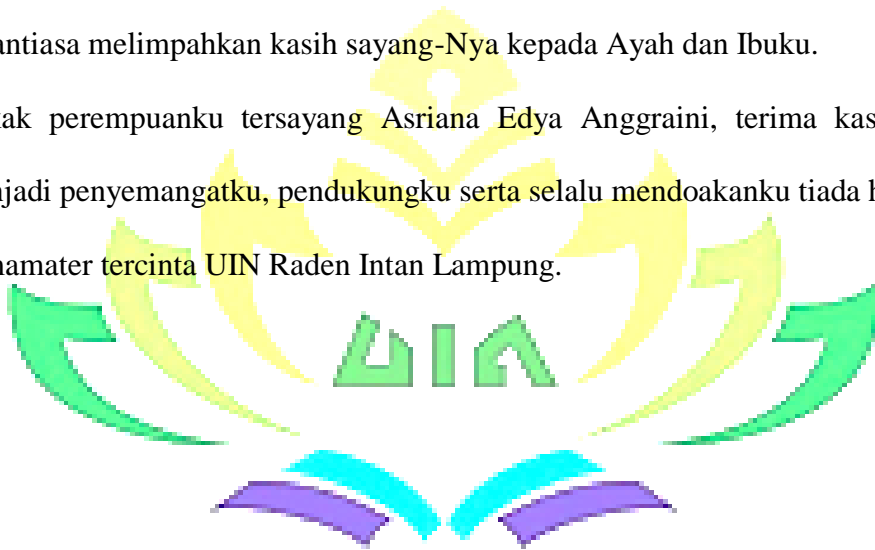
*Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (Al-Baqarah :168).*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. Kupersembahkan skripsi ini sebagai tanda bukti cinta kasihku kepada :

1. Kedua orang tuaku Ayahanda M. Fachrudin dan Ibunda Wiwik Dwi Susilowati terima kasih atas segala hal yang telah kalian berikan, atas untaian doa-doa yang tak pernah henti, dukungannya, serta kasih sayang yang tidak pernah putus dan yang selalu memberikan makna dalam setiap kehidupan, semoga Allah senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya kepada Ayah dan Ibu.
2. Kakak perempuanku tersayang Asriana Edya Anggraini, terima kasih selalu menjadi penyemangatku, pendukungku serta selalu mendoakanku tiada henti.
3. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.



## **RIWAYAT HIDUP**

Lusinta Elva Dhita, dilahirkan di Desa Bandar Sakti Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 22 Mei 1996, anak tunggal dari pasangan Bapak M. Fachrudin dan Ibu Wiwik Dwi Susilowati. Demikian riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut :

1. TK Negri 02 Bandar Sakti Lampung Tengah pada tahun 2000 dan lulus pada tahun 2002.
2. SD Negri 02 Bandar Sakti Lampung Tengah pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008.
3. SMP Negri 01 Bandar Sakti Lampung Tengah pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2011.
4. SMA pada tahun 2011 di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Lampung Tengah dan lulus pada tahun 2014.

Alhamdulillah berkat dukungan dari orang tua, keluarga serta berbagai pihak pada tahun 2014 penulis diberikan kesempatan untuk melanjutkan strata satu (S1) Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji bagi Allah SWT, rabb semesta alam. Dialah dzat yang menggenggam setia nyawa setiap makhluk-Nya. Tanpa-Nya semesta alam beserta isinya ini akan binasa. Karena Dialah yang meletakkan segala sesuatu sesuai dengan proporsi dan fungsinya.

Shalawat salam selalu tercurah limpahkan kepada pemimpin umat, Nabiullah Muhammad SAW. Beliau sukses mengubah masyarakat jahiliyah menjadi sosok yang cerdas secara spiritual, dari masyarakat yang berperangai kasar menjadi masyarakat yang santun, dan dari masyarakat yang tidak dikenal oleh peradaban menjadi umat yang memimpin peradaban. Semoga kita mendapat syafaatnya di Yaumul Kiyamah kelak, Amin.

Alhamdulillah, masa kuliah Strata satu dengan jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah dilalui dengan baik dan kini telah tiba pada tahap penyelesaian tugas akhir guna sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Pada penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Secara khusus saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan studi S1 di Jurusan Perbankan Syariah dengan baik dan lancar.
3. Ibu Dr. Asriani, S.H., M.H dan Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy. selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan kritik, saran dan arahan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Kepada seluruh Dosen dan Staf-staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada kami, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat.
5. Sahabat seperjuangan Fitria Sapta Riani, S.E. dan Nur Hapipah, S.E. yang menjadi penyemangat dalam kegiatan perkuliahan.
6. Sahabat-sahabatku Bella Suciati Agami, Yoeand Bima Prastyo, dan Dita Ayu Sarassita yang selalu memberikan dukungan, saran, motivasi dan mendoakan sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
7. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah kelas E angkatan 2014, terimakasih telah mengenal dan menjadi sahabat yang baik dalam segala hal khususnya dalam bertukar fikiran.

Semoga segala amal perbuatan baik kita dibalas oleh Allah SWT, dan apa yang ditulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain dan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang terkait. Selanjutnya penulis mengucapkan mohon maaf atas segala khilaf baik perkataan maupun perbuatan baik yang disengaja maupun tidak dan kepada Allah SWT kami mohon ampunan.

Demikian pengantar dari kami, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi perbaikan dan kemajuan bersama. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Bandar Lampung, September 2019

Penulis

**Lusinta Elva Dhita**

**NPM 1451020230**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
a. Penegasan Judul.....	1
b. Alasan Memilih Judul.....	4
c. Batasan Masalah.....	5
d. Rumusan Masalah.....	5
e. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
1. Landasan Teori .....	8
1. Kelompok Referensi .....	8
2. Teori BMT.....	10
a. Pengertian BMT.....	10
b. Akad dan Produk Dana BMT.....	17
3. Kualitas Pelayanan.....	18
4. Teori Pembiayaan Mudharabah .....	20
a. Pengertian Mudharabah .....	20
b. Jenis-jenis Mudharabah.....	24
c. Tabungan Mudharabah .....	29
d. Landasan Syariah Mudharabah .....	31
B. Kerangka Pemikiran .....	32

C. Penelitian Terdahulu .....	33
D. Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
1. Definisi Operasional Variabel .....	36
2. Jenis dan Sumber Data.....	39
1. Jenis data.....	39
2. Sumber Data .....	39
3. Populasi dan Metode Penarikan Sampel .....	40
4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
5. Instrumen Penelitian .....	43
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reabilitas .....	43
6. Teknik Analisis Data .....	44
1. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Multikolonieritas .....	45
c. Uji Heteroskedastisitas .....	46
2. Analisis Regresi Berganda.....	46
3. Uji Hipotesis .....	47
a. Uji Simultan (Uji F) .....	47
b. Uji Parsial (Uji t).....	48
c. Uji Determinasi (Uji $R^2$ ).....	48
<b>BAB IV LAPORAN HASIL DAN ANALISA DATA.....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum BMT Fajar .....	50
B. Karakteristik Responden .....	57
C. Uji Instrumen Penelitian .....	72
1. Uji Validitas .....	72
2. Uji Reliabilitas .....	74
D. Uji Asumsi Klasik .....	75
1. Uji Normalitas.....	75
2. Uji Multikolinearitas .....	75
3. Uji Heteroskedastisitas.....	77
4. Uji Analisis Regresi Berganda.....	77
E. Uji Hipotesis .....	79
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
1. Kesimpulan.....	88
2. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Sebelum menjelaskan secara keseluruhan isi proposal, terlebih dahulu akan menjabarkan sub-sub yang di maksud dari judul proposal. Agar menghindari kesalah pahaman didalam pembahasan dan memahami judul proposal yang diajukan, adapun judul proposal yaitu: **“PENGARUH REFERENSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK MUDHARABAH (Studi pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)”**. Penulis akan menjelaskan definisi terkait judul sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan dan perbuatan seseorang.
2. Referensi adalah tulisan tentang sejumlah informasi terhadap sebuah buku yang ditinjau dan juga telah dinilai tentang sumber penulisannya. Dalam referensi memuat beberapa informasi seperti halnya penulis dan pengarang, nama buku, tahun buku dan tahun terbit buku tersebut. Kata referensi berasal dari bahasa inggris yaitu refer to yang memiliki arti berpaling atau merujuk. Jadi, referensi adalah rujukan yang menggambarkan informasi tentang buku atau

sumber terkait.<sup>1</sup> Adapun wujud referensi atau contoh referensi tersebut adalah bukti, berupa contoh-contoh, data statistik, kesaksian, atau nilai-nilai yang dianut oleh beberapa orang yang menerima argumentasi. Terkadang, referensi juga bisa didapatkan dari kredibilitas informan atau pemberi informasi.

3. Pelayanan (service) menurut Kotler adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam pembeian produk fisik kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purna-beli.<sup>2</sup>
4. Mudharabah adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan *shahibul maal*, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, disebut dengan *mudharib*. Bagi

---

<sup>1</sup>Anonim. 2018. Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. *Kbbi.web.id*. diakses pada tanggal 27 Maret 2018, pukul 11.08 Wib. Yogyakarta.

<sup>2</sup> Tjiptono Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 282.

hasil dari usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama.<sup>3</sup>

5. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti; zakat, infaq, dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan Islam.<sup>4</sup> Landasan hukum BMT terdapat pada surah An-Nisa : 29



يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu*

---

<sup>3</sup>Ibid., hlm.84.

<sup>4</sup>Nurul,Huda. Mohamad, Heykal. *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta:PRENADAMEDIA GROUP,2010), hlm. 364.



*membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*

Berdasarkan uraian diatas dapat diperjelas kembali bahwa yang dimaksud dalam pembahasan skripsi ini adalah suatu penelitian ilmiah mengenai referensi dan pelayanan terhadap pembiayaan mudharabah pada BMT.

## **B. Alasan Memilih Judul**

### **1. Alasan subjektif**

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Fajar cabang Bandar Lampung merupakan lembaga keuangan non bank yang salah satu kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan yaitu yang setiap tahunnya meningkat terus menerus. Namun dari jenis produk pembiayaan tersebut memiliki keunggulan masing-masing, dan salah satunya yaitu produk pembiayaan mudharabah yang tertarik untuk diteliti.

### **2. Alasan objektif**

Judul tersebut sesuai dengan spesialisasi keilmuan penulis, yaitu pada jurusan perbankan syariah serta di dukung oleh tersedianya literatur baik primer atau sekunder dan data penelitian lapangan yang menunjang dalam penelitian tersebut.

### **C. Batasan Masalah**

Ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada permasalahan yang kaitannya dengan referensi, pelayanan, dan keputusan nasabah dalam memilih produk *mudharabah*.

### **D. Rumusan Masalah**

Adapun masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Referensi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Mudharabah?
2. Bagaimana Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Mudharabah?

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh referensi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar Bandar Lampung.

Adapun manfaatnya :

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan pengaruh referensi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar Bandar Lampung serta menambah referensi pengetahuan

a. Bagi penulis

- 1) Untuk menetapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti masa perkuliahan.
- 2) Agar dapat menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh referensi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar Bandar Lampung.
- 3) Agar dapat mengaitkan teori yang ada dengan fakta yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Objek Penelitian

Bagi pihak BMT Fajar Bandar Lampung, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau saran yang bermanfaat terkait keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah. Bahan pertimbangan tersebut untuk memajukan BMT tersebut.

c. Bagi Akademisi

Sebagai bahan informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya, serta sumber informasi untuk pihak-pihak yang membutuhkan.





## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **A. LANDASAN TEORI**

##### **1. Kelompok Referensi**

Menurut Kotler dan Keller, Kelompok Referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang. Pengaruh ini berdampak paling kuat ketika produk itu dapat dilihat oleh orang lain yang dihormati pembeli.<sup>5</sup>

Definisi kelompok referensi menurut Mangkunegara adalah suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Sebuah kelompok dapat menjadi kelompok referensi ketika seseorang individu itu mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tersebut sehingga ia mengambil nilai, sikap, atau perilaku para anggota kelompok.

Kelompok referensi ini dapat berfungsi sebagai titik perbandingan dan sumber informasi bagi seorang individu (konsumen). Semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula

---

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 164.

kemungkinan untuk mengikuti pendapat kelompok. Bila orang tersebut berpendapat bahwa kelompok selalu benar, ia akan mengikuti apapun yang dilakukan kelompok tanpa memperdulikan pendapatnya sendiri. Perilaku seseorang konsumen pun akan berubah agar lebih sesuai dengan tindakan dan pendapat para anggota kelompok.

Menurut Kotler etnis kelompok referensi dibagi menjadi dua, yaitu kelompok keanggotaan dan kelompok aspirasi.

- a. Kelompok keanggotaan yaitu kelompok yang memberikan pengaruh langsung kepada seseorang, kelompok di mana seseorang menjadi anggotanya dan saling berinteraksi. Kelompok ini terdiri dari kelompok primer dan kelompok sekunder.

- 1) Kelompok primer adalah kelompok yang masing-masing anggotanya secara kontinyu berinteraksi dan saling mengenal. Keluarga, sahabat karib, tetangga, rekan kerja termasuk dan kelompok ini. Ciri utama kelompok ini adalah tingginya frekuensi tatap muka dari anggota-anggotanya, akibat seringkali mereka bertemu sehingga memiliki kesamaan sikap dan tujuan.

- 2) Kelompok sekunder, kelompok ini cenderung bersifat resmi. Kelompok ini termasuk oerorganisasi keagamaan, himpunan prosfesi dan serikat buruh.

- b. Kelompok aspirasi adalah kelompok di mana konsumen tidak menjadi anggotanya atau kelompok yang ingin dimasuki seseorang dan menjadi anggotanya. Contohnya seorang anak berharap bahwa suatu hari ia bisa masuk

menjadi anggota sebuah club basket. Jenis kelompok referensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelompok primer, khususnya teman (baik teman sebaya/karib, teman kuliah, dan teman organisasi/perkumpulan).

Menurut Keith R. Tudor & Susan S. Carley dalam jurnalnya yang berjudul *Refence Group Theory Revisited* berpendapat bahwa kelompok referensi dapat diukur dengan menggunakan dua indikator, yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional, seperti yang diusulkan pertama kali oleh Deutsch dan Gerand pada tahun. Kelompok referensi dengan pengaruh normatif adalah keinginan untuk memenuhi harapan orang lain atau kelompok, dan kelompok referensi dengan pengaruh informasional merupakan pengaruh untuk menerima informasi yang diperoleh dari orang lain sebagai bukti tentang realitas.

## 2. Teori BMT

### a. Pengertian BMT

BMT adalah kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Maal wat Tamwil, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT sesuai nama nya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

- 1) *Baitul tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan

antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

- 2) *Baitul mal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanah nya.

Baitul mal wat tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Mal wat Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat nya.

Dengan demikian, keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layak nya bank. Pada fungsi kedua ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT. Sedangkan sebagai

lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti mengelola kegiatan perdagangan, industri, dan pertanian.

Secara umum profil BMT dapat dirangkum dalam butir-butir berikut:

- a) Tujuan BMT, yaitu meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- b) Sifat BMT, yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuh kembangkan dngan swadaya dan dikelola secara profesional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.
- c) Visi BMT, yaitu menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.
- d) Misi BMT, yaitu mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan dan ekonomi riwabi, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaan nya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil dan

berkemakmuran berkemajuan, serta makmur maju berkeadilan berlandaskan syariah dan rida Allah SWT.

- e) Fungsi BMT, yaitu (1) mengidentifikasikan, memobilisasi, mengorganisir, mendorong, dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota muamalat (pokusma) dan kerjanya; (2) mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global; dan (3) menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

- f) Prinsip-prinsip utama BMT, yaitu:

Keimanan dan ketakwaan pada Allah SWT. Dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam kedalam kehidupan nyata.

- (1) Keterpaduan (*kaffah*) di mana nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia.
- (2) Kekeluargaan (kooperatif).
- (3) Kebersamaan.
- (4) Kemandirian.
- (5) Profesionalisme, dan



(6) Istikamah: konsisten, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencepai suatu tahap, maju ke tahap berikutnya, dan hanya kepada Allah berharap.

g) Ciri-ciri Utama BMT, yaitu:

(1) Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.

(2) Bukan lembaga sosial tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak, dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.

(3) Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat di sekitarnya.

(4) Milik bersama masyarakat kecil dan bawah dari lingkungan BMT itu sendiri, bukan milik orang seorang atau orang dari luar masyarakat itu.

Di samping ciri-ciri utama diatas, BMT juga memiliki ciri-ciri khusus, yaitu:

1. Staf dan karyawan BMT bertindak aktif, dinamis, berpandangan produktif, tidak menunggu tetapi menjemput nasabah, baik sebagai penyeter dana maupun sebagai penerima pembiayaan usaha.

3. Kantor dibuka dalam waktu tertentu dan ditunggu oleh sejumlah staf yang terbatas, karena sebagian besar staf harus bergerak di lapangan untuk mendapatkan nasabah penyotor dana, memonitor, dan mensupervisi usaha nasabah.
4. BMT mengadakan pengajian rutin secara berkala yang waktu dan tempat biasanya di madrasah, masjid atau mushala, di tentukan sesuai dengan kegiatan nasabah dan anggota BMT.
5. Manajemen BMT diselenggarakan secara profesional dan Islami, di mana:
  - a. Administrasi keuangan, pembukuan dan prosedur ditata dan dilaksanakan dengan sistem akuntansi sesuai dengan standar akuntansi dan indonesia yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.
  - b. Aktif, menjemput bola, beranjaksana, berprakarsa, proaktif, menemukan masalah dengan tajam dan menyelesaikan masalah dengan bijak, bijaksana, yang memenangkan semua pihak.
  - c. Berpiir, bersikap dan berperilaku ahsanu amala (*service excellence*).

Berdasarkan uraian-uraian diatas dapat dilihat bahwa tata kerja BMT harus dirumuskan secara sederhana sehingga mudah untuk

didirikandan ditangani oleh para nasabah yang sebagian besar berpendidikan rendah. Aturan dan mekanisme kerjanya dibuat dengan lentur, efisien, dan efektif sehingga memudahkan nasabah untuk memanfaatkan fasilitasnya.

Pengembangan BMT sendiri merupakan hasil prakarsa dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah (PINBUK) yang merupakan badan pekerja yang dibentuk oleh Yayasan Inkubasi Usaha Kecil dan Menengah (YINBUK). YINBUK sendiri dibentuk oleh Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ketua Umum Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI), dan Direktur Utama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan akta notaris Leila Yudoparipurno, SH. Nomor 5 tanggal 13 Maret 1995.

PINBUK didirikan memiliki fungsi:

1. Mensupervisi dan membina teknis, administrasi, pembukuan, dan finansial BMT-BMT yang terbentuk.
2. Mengembangkan sumber daya manusia dengan melakukan inkubasi bisnis pengusaha baru dan menyuburkan pengusaha yang ada.
3. Mengembangkan teknologi maju untuk para nasabah BMT sehingga meningkat nilai tambahnya.
4. Memberikan penyuluhan dan latihan.

5. Melakukan promosi, pemasaran hasil dan mengembangkan jaringan perdagangan usaha kecil.
6. Memfasilitasi alat-alat yang tidak mampu dimiliki oleh pengusaha secara perorangan, seperti faks alat-alat promosi dan alat-alat pendukung lainnya.

Saat ini untuk mengakses data mengenai BMT dan memantau perkembangan serta isu-isu terbaru mengenai BMT dapat dibuka melalui [www.bmt-link.co.id](http://www.bmt-link.co.id). Pada website ini masyarakat umum dapat mendapatkan informasi yang sangat banyak mengenai BMT dan dapat pula mengajukan kritik dan saran dalam upaya memajukan dan mengembangkan BMT.

b. Akad dan Produk Dana BMT

Dalam menjalankan usahanya, berbagai akad yang ada pada BMT mirip dengan akad yang ada pada bank pembiayaan rakyat Islam. Adapun akad-akad tersebut adalah: sistem operasional BMT, pemilik dana menanamkan uangnya di BMT tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Produk penghimpunan dana lembaga keuangan Islam adalah (Himpunan Fatwa DSN-MUI, 2003):

- 1) Giro Wadiah, adalah produk simpanan yang bisa ditarik kapan saja. Dana nasabah dititipkan di BMT dan boleh dikelola. Setiap saat nasabah berhak mengambilnya dan berhak mendapatkan bonus dari keuntungan pemanfaatan dana giro oleh BMT. Besarnya bonus tidak ditetapkan di

muka tetapi benar-benar merupakan kebijaksanaan BMT. Sungguhpun demikian nominalnya diupayakan sedemikian rupa untuk senantiasa kompetitif (Fatwa DSN-MUI No.01/DSN-MUI/IV/2000).

- 2) Tabungan Mudharabah, dana yang disimpan nasabah akan dikelola BMT, untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan akan diberikan kepada nasabah berdasarkan kesepakatan nasabah. Nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* dan lembaga keuangan Islam bertindak sebagai *mudharib* (Fatwa DSN-MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000).
- 3) Deposito Mudharabah, BMT bebas melakukan berbagai usaha yang tidak bertentangan dengan Islam dan mengembangkannya. BMT bebas mengelola dana (*mudharabah mutaqah*). BMT berfungsi sebagai *mudharib* sedangkan nasabah sebagai *shahibul maal*. Ada juga dana nasabah yang dititipkan untuk usaha tertentu. Nasabah memberi batasan pengguna dana untuk jenis dan tempat tertentu. Jenis ini disebut *mudharabah muqayyadah*.<sup>6</sup>

### 3. Kualitas Pelayanan

Pelayanan (service) menurut Kotler adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam

---

<sup>6</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2009), hlm. 452.

pembeian produk fisik kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap prapembelian hingga purna-beli. Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Dalam studinya Parasuraman, menyimpulkan terdapat 5 (lima) dimensi services quality (dimensi kualitas pelayanan):<sup>7</sup>

- a. Bukti fisik (tangibles), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung dan lainsebagainya), perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang

---

<sup>7</sup> Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 282.



sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain, komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompeten (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Pada dasarnya, definisi kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

#### **4. Teori Pembiayaan Mudharabah**

##### **a. Pengertian Mudharabah**

Al-Mudharabah adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan *sahahibul maal*, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, disebut dengan *mudharib*. Bagi hasil dari usaha yang dikerjakan

samakan dihitung sesuai dengan nibah yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama.

Secara muamalah, pemilik modal (*shahibul maal*) menyerahkan modalnya kepada pedagang/pengusaha (*mudharib*) untuk digunakan dalam aktifitas perdagangan atau usaha. Keuntungan atas usaha perdagangan yang dilakukan oleh *mudharib* itu akan dibagi hasilnya dengan *shahibul maal*. Pembagian hasil usaha ini berdasarkan kesepakatan yang telah dituangkan dalam akad.

*Mudharib* adalah *entrepreneur*, yang melakukan usaha untuk mendapatkan keuntungan atau hasil atas usaha yang dilakukan. *Shahibul maal* sebagai pemilik modal atau investor, perlu mendapat imbalan atas dana yang diinvestasikan. Sebaliknya, bila usaha yang dilaksanakan oleh *mudharib* menderita kerugian, maka kerugian itu ditanggung oleh *shahibul maal*, selama kerugiannya bukan karena penyalahgunaan atau kesalahan yang dilakukan oleh *mudharib*. Bila *mudharib* melakukan kesalahan dalam melaksanakan usaha, maka *mudharib* diwajibkan untuk mengganti dana yang diinvestasikan oleh *shahibul maal*.

Surat *al-jumu'ah*: 10

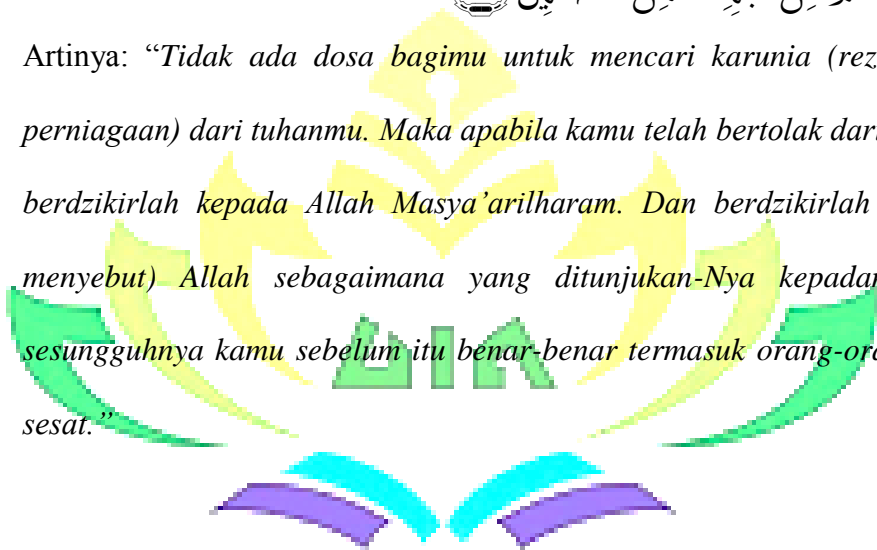
فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah dimuka bumi dan carilah karunia Allah SWT dan ingat lah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung."

Surat al-baqarah: 198

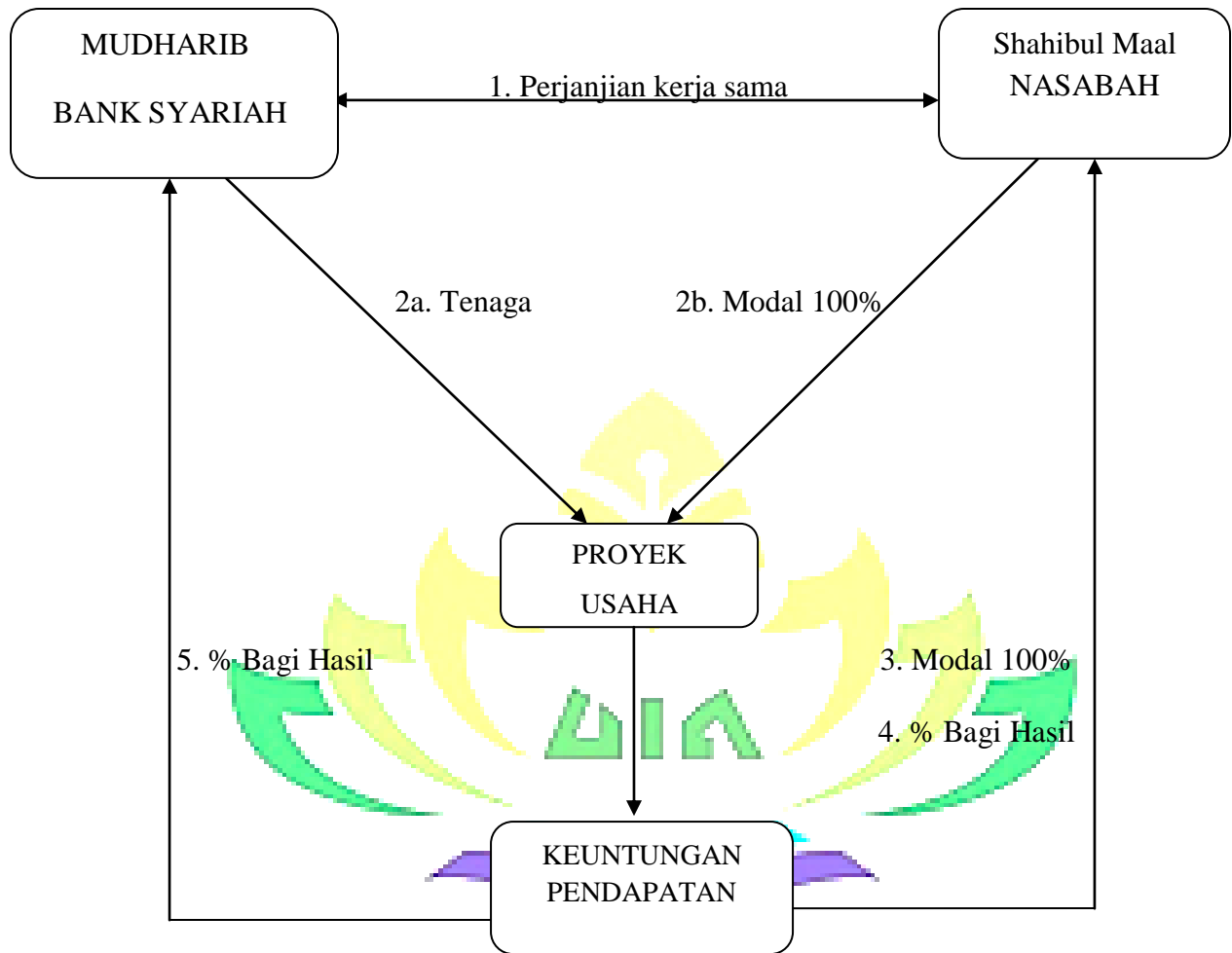
لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya: "Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah Masya'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat."



## Skema 2.1

*Akad Al-Mudharabah.*



Keterangan:

1. *Mudharib* dan *shahibul maal* melaksanakan kerja sama usaha. Bagi hasil ditetapkan sesuai dengan presentase nisbah yang telah diperjanjikan antara *shahibul maal* dan *mudharib*.
2. *Shahibul maal* menyerahkan modal 100%, artinya semua usaha akan dibiayai oleh modal milik *shahibul maal*.
3. *Mudharib*, sebagai pengusaha atas dasar keahliannya, akan mengelola dana investasi dalam sebuah proyek atau dalam sebuah usaha riil.
4. Pendapatan atas hasil usaha proyek tersebut akan dibagi sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan.
5. Pada saat jatuh tempo perjanjian, maka modal yang telah diinvestasikan oleh *shahibul maal* akan dikembalikan semuanya (100%) oleh *mudharib* kepada *shahibul maal*, dan akad *mudharabah* telah berakhir.

b. Jenis-jenis Mudharabah

1) Mudharabah Muthlaqah

*Mudharabah muthlaqah* merupakan akad perjanjian antara dua pihak yaitu *Shahibul maal* dan *mudharib*, yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah. *Shahibul maal* tidak memberikan batasan jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi

pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan. *Shahibul maal* memberikan kewenangan yang sangat besar kepada *mudharib* untuk menjalankan aktifitas usahanya, asalkan sesuai dengan prinsip syariah islam.

*Mudharabah muthlaqah* adalah akad *mudharabah* dimana *shahibul maal* memberikan kebebasan kepada pengelola dana (*mudharib*) dalam pengelolaan investasinya (PAPSI,2003). *Mudharabah muthlaqah* dapat disebut dengan investasi dari pemilik dana kepada bank syariah, dan bukan merupakan kewajiban atau equitas bank syariah.

Bank syariah tidak mempunyai kewajiban untuk mengembalikannya apabila terjadi kerugian atas pengelolaan dana yang bukan disebabkan kelalaian atau kesalahan bank sebagai *mudharib*. Namun sebaliknya, dalam hal bank syariah (*mudharib*) melakukan kesalahan atau kelalaian dalam pengelolaan dana investor (*shahibul maal*), maka bank syarih wajib mengganti semua dana investasi *mudharabah muthlaqah*. Jenis investasi *mudharabah muthlaqah* dalam aplikasi perbankan syariah dapat ditawarkan dalam produk tabungan dana deposito.

## 2) Mudharabah Muqayyadah

*Mudharabah muqayyadah* merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (*mudharib*). *Shahibul maal*



menginvestasikan dananya kepada *mudharib*, dan memberi batasan atas penggunaan dana yang diinvestasikannya. Batasannya antara lain tentang:

- a) Tempat dan cara berinvestasi
- b) Jenis investasi
- c) Objek investasi.
- d) Jangka waktu.

(a) Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet

*Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet* merupakan akad *mudharabah muqayyadah* yang mana *mudharib* ikut menanggung resiko atas kerugian dana yang diinvestasikan oleh *shahibul maal*. Dalam akad ini, *shahibul maal* memberikan batasan secara umum, misalnya batasan tentang jenis usaha, jangka waktu pembiayaan, dan sektor usahanya. Misalnya, nasabah menempatkan dananya dalam bentuk deposito *mudharabah muqayyadah on balance sheet* sebesar 1.000.000.000,- untuk proyek pembangunan jalan tol, dalam jangka 10 tahun. Maka batasan yang diberikan oleh nasabah (*shahibul maal*) yaitu terkait dengan proyek usaha dan jangka waktunya. Bank syariah akan melakukan investasi atas dana 1.000.000.000,- khusus untuk investasi proyek jalan tol dalam jangka waktu tidak boleh lebih dari 10 tahun. Bagi hasil yang akan diperoleh *shahibul maal*, berasal dari pendapatan yang diperoleh

*mudharib*. Bagi hasil ini harus dipisahkan dari bagi hasil atas transaksi *mudharabah mutlaqah*.

(b) Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet

*Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet* merupakan akad *mudharabah muqayyadah* yang mana pihak *shahibul maal* memberikan batasan yang jelas, baik batasan tentang proyek yang diperbolehkan, jangka waktu, serta pihak pelaksana pekerjaan. *Mudharib*-nya telah ditetapkan oleh *shahibul maal*. Bank syariah bertindak sebagai pihak yang mempertemukan antara *shahibul maal* dan *mudharib*. Bagi hasil yang akan dibagi antara *shahibul maal* dan *mudharib* berasal dari proyek khusus. Bank syariah, bertindak sebagai agen yang mempertemukan kedua pihak, dan akan memperoleh fee. Dalam laporan keuangan, *mudharabah muqayyadah off balance sheet* akan di catat dalam catatan atas laporan keuangan.

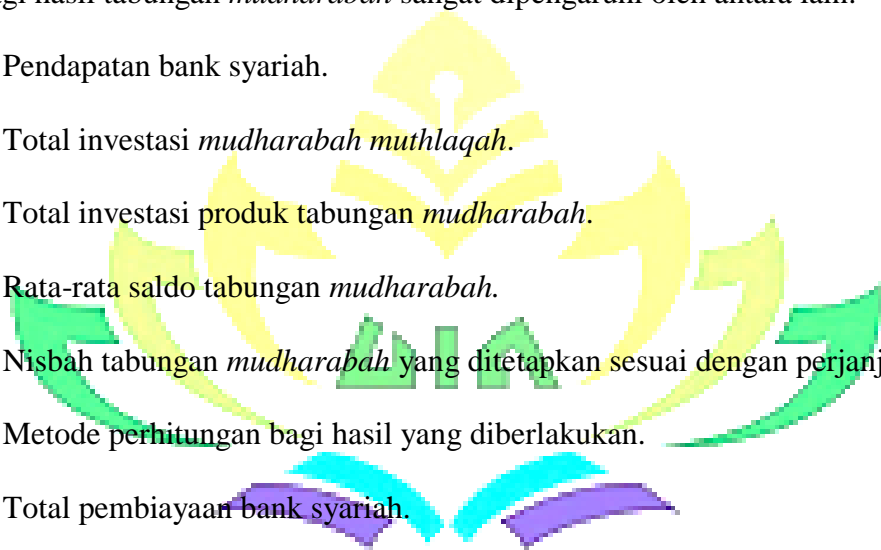
c. Tabungan Mudharabah

Tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* secara mutlak kepada *mudharib* (bank syariah), tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi,

jangka waktu maupun sektor usaha, dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah islam.

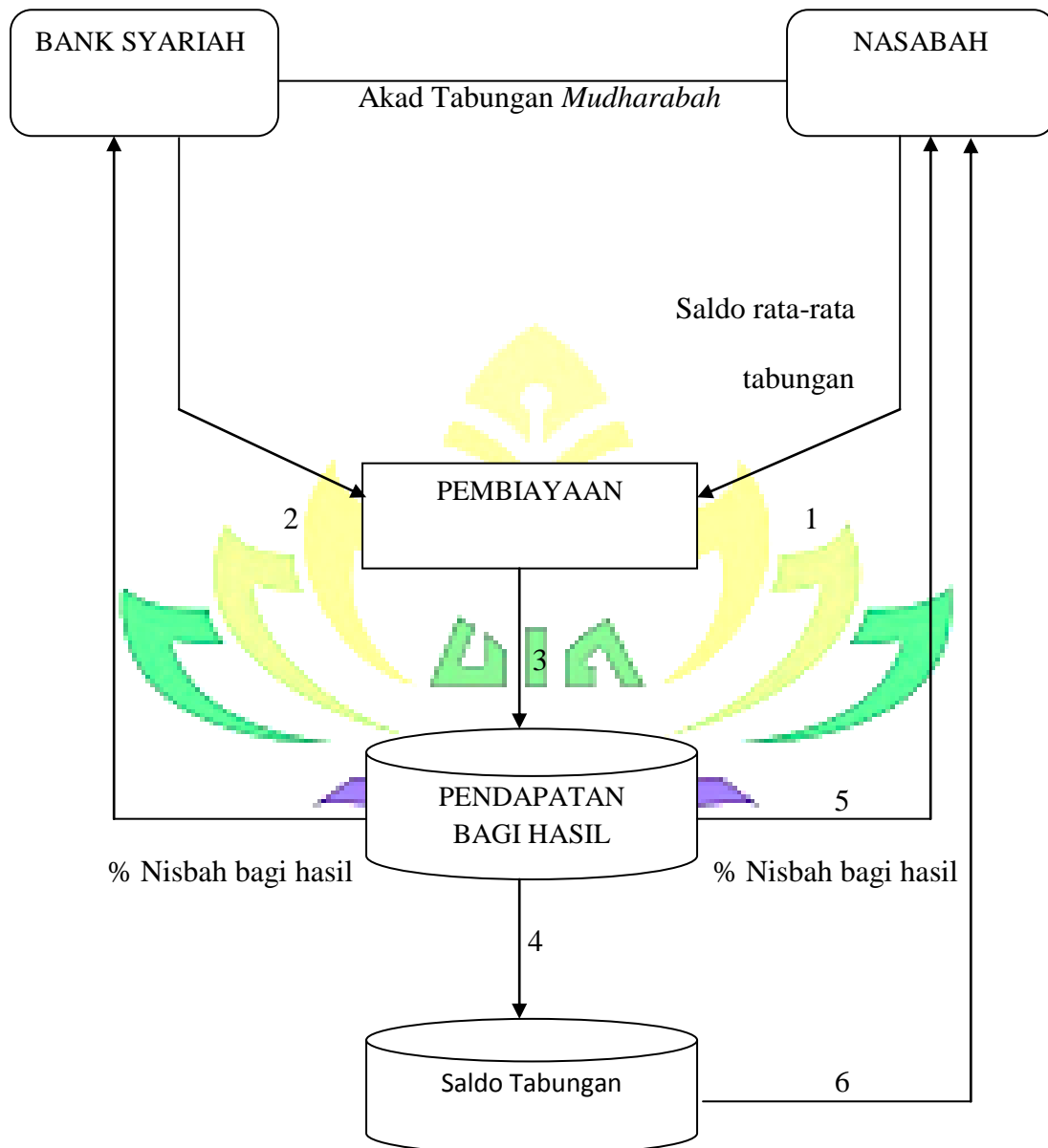
Bank syariah akan membayar bagi hasil kepada nasabah setiap akhir bulan, sebesar sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan pada saat pembukaan rekening tabungan *mudharabah*. Bagi hasil yang akan diterima nasabah akan selalu berubah pada akhir bulan. Perubahan bagi hasil ini disebabkan karena adanya fluktuasi pendapatan bank syariah dan fluktuasi dana tabungan nasabah.

Bagi hasil tabungan *mudharabah* sangat dipengaruhi oleh antara lain:

- 1) Pendapatan bank syariah.
  - 2) Total investasi *mudharabah muthlaqah*.
  - 3) Total investasi produk tabungan *mudharabah*.
  - 4) Rata-rata saldo tabungan *mudharabah*.
  - 5) Nisbah tabungan *mudharabah* yang ditetapkan sesuai dengan perjanjian.
  - 6) Metode perhitungan bagi hasil yang diberlakukan.
  - 7) Total pembiayaan bank syariah.
- 

## Skema 2.2

### Tabungan *Mudharabah*



Keterangan:

1. Nasabah investor menempatkan dananya dalam bentuk tabungan *mudharabah*.
2. Bank syariah akan menyalurkan seluruh dana nasabah penabung dalam bentuk pembiayaan.
3. Bank syariah memperoleh pendapatan atas pembiayaan yang telah disalurkan.
4. Bank syariah akan menghitung bagi hasil atas dasar *revenue sharing*, yaitu pembagian bagi hasil atas dasar pendapatan sebelum dikurangi biaya. Jumlahnya disesuaikan dengan saldo rata-rata tabungan dalam bulan laporan.
5. Pada akhir bulan, nasabah penabung akan mendapatkan bagi hasil dari bank syariah sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan.
6. Pada saat nasabah memerlukan dana, maka dana nasabah akan dikembalikan sesuai dengan jumlah penarikannya.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Ismail, PERBANKAN SYARIAH, (Jakarta:PRENADAMEDIAMGROUP, 2011), hlm.84.

#### d. Landasan Syariah Mudharabah

Secara umum, landasan dasar syariah Al-Mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melaksanakan usaha. Hal ini tampak dalam ayat, hadist dan ijma berikut:

- a) Berikut ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang akad Mudharabah:

...وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۚ ﴿٢٠﴾

Artinya:

*"...dan orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT" (Al-Muzzammil: 20)*

Yang menjadi *wajhud-dilalah* atau argumen dari ayat di atas adalah yang berarti melakukan suatu perjalanan usaha.

- b) Menurut Ijma' yang dinyatakan oleh Imam Zailai adalah sebagai berikut:

*Imam Zailai telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus terhadap legitimasi pengolahan harta yatim secara mudharabah. Kesepakatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadist yang dikutip Abu Ubaid.*

## B. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting.<sup>9</sup>

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

Faktor-faktor ini berguna dalam mengenali pembeli yang berminat dan membentuk produk dan tampilan untuk melayani kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Faktor budaya adalah penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Budaya meliputi nilai-nilai dasar, persepsi, preferensi, dan perilaku yang dipelajari seseorang dari keluarga dan institusi penting lainnya. Subbudaya adalah budaya di dalam budaya, yang mempunyai nilai dan gaya hidup berbeda dan bisa didasarkan pada hal apa pun mulai dari usia sampai kelompok etnis. Orang dengan karakteristik budaya dan subbudaya yang berbeda mempunyai preferensi produk dan merek yang berbeda. Pemasar memfokuskan pada kebutuhan khusus kelompok tertentu.

Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku pembeli. Kelompok referensi seseorang-keluarga, teman-teman, organisasi sosial, asosiasi profesional

---

<sup>9</sup> Frida Setya Ayu. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Tabungan (Study pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)* 2015, hlm. 36.

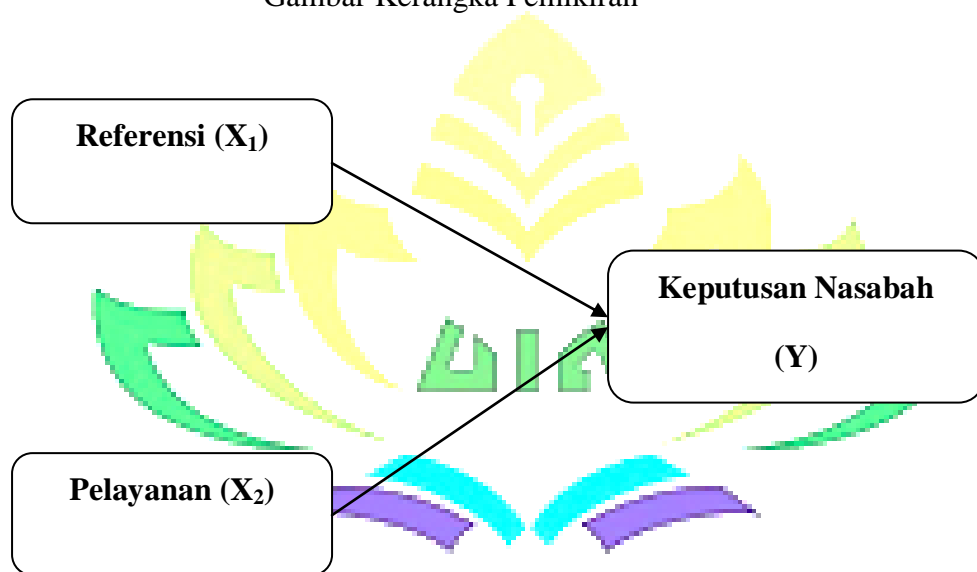


mempengaruhi pilihan produk dan merek dengan kuat. Usia pembeli, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan karakteristik pribadi lainnya mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor psikologi utama-motivasi, persepsi pembelajaran, dan keyakinan serta sikap.<sup>10</sup> Dari kerangka-kerangka teori diatas peneliti mendapatkan suatu kerangka pemikiran, secara rincinya adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.3**

Gambar Kerangka Pemikiran



### C. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Yalisma Dewi dengan judul “Pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, kebutuhan dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa

---

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 187.

pembiayaan gadai emas syariah (studi kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta)”. Hasil penelitian menunjuka bahwa dari variabel nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, kebutuhan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah. sedangkan secara parsial, faktor nilai taksiran dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah. sedangkan faktor-faktor promosi dan biaya-biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah di PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta.<sup>11</sup>

Penelitian oleh Raihanah Daulay dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Kota Medan”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan bagi hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Kota Medan.<sup>12</sup>

#### **D. Hipotesis**

---

<sup>11</sup> Yalisma Dewi, *Pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, kebutuhan dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah (studi kasus pada PT. BNI Syariah Cabang kusumanegara, Yogyakarta)*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).

<sup>12</sup> Daulay Raihanah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri syariah di Kota Medan*, Jurnal Riset Akutansi & Bisnis Vol. 12 No.1 2014.

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau test yang disebut tes hipotesis. Ada dua macam hipotesis yang dibuat dalam suatu percobaan penelitian, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

1.  $H_{a1}$  = terdapat pengaruh referensi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.
2.  $H_{a2}$  = terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.

Dalam penelitian sebelumnya variabel referensi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Chitra Dwiratih Aviza (2014) pada variabel Referensi ( $X_1$ ) dan Frida Ayu Wulandari (2015) pada variabel Pelayanan ( $X_2$ ).

$H_a : H_1$  = Diduga variabel Referensi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

$H_a : H_2$  = Diduga variabel Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

###### 1. Variabel bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Referensi dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *Mudharabah* pada BMT Fajar Bandar Lampung.

###### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>13</sup> Maka yang menjadi variabel dependen (variabel terikat) yaitu Keputusan nasabah (Y).

Definisi Variabel	Operasional	Indikator	Sub Indikator
Referensi (X <sub>1</sub> ) :  Merupakan semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung		1.kelompok keanggotaan  a. kelompok primer yaitu keluarga, teman, tetangga,	1. Dorongan dari pihak keluarga.  2. Informasi dari teman.  3. Anjuran dari

<sup>13</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.

<p>terhadap sikap dan konsep diri seseorang dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang. Seperti kelompok primer yaitu keluarga, teman, tetangga, rekan kerja. Kelompok sekunder yaitu organisasi, keagamaan, himpunan profesi.</p>	<p>rekan kerja.</p> <p>b. kelompok sekunder yaitu organisasi, keagamaan, himpunan profesi dan serikat buruh.</p> <p>2. Kelompok aspirasi</p>	<p>tokoh agama.</p> <p>4. Terinspirasi dari nasabah sebelumnya.</p>
<p>Pelayanan (X<sub>2</sub>) :</p> <p>Merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain untuk</p>	<p>1. Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)</p> <p>2. Keadaan (<i>reability</i>)</p> <p>3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)</p> <p>4. Jaminan (<i>assurance</i>)</p>	<p>1. Fasilitas gedung yang memadai.</p> <p>2. Kemampuan yang memberikan pelayanan.</p> <p>3. Pelayanan yang cepat.</p>

<p>saling memuaskan melalui pertukaran secara bersamaan.</p>	<p>5. Empati (<i>emphaty</i>)</p>	<p>4. Sikap karyawan.</p> <p>5. Kecepatan pencairan.</p>
<p>Keputusan Nasabah (Y):</p> <p>Merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa.</p>	<p>1. Pengenalan masalah</p> <p>2. Pencarian informasi</p> <p>3. Evaluasi alternative</p> <p>4. Keputusan pembelian</p> <p>5. Perilaku setelah pembelian</p>	<p>1. Memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah</p> <p>2. Memberikan informasi publik mengenai suatu produk</p> <p>3. Manfaat</p> <p>4. Menentukan pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan</p> <p>5. Kepuasan</p>

## B. Jenis dan sumber data

### 1. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan penulis adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dalam hasilnya.

Menurut sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>14</sup>

### 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

- a. Data Primer adalah data yang diambil langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi untuk data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara atau kuesioner langsung dengan masyarakat yang memilih Produk Pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar Bandar Lampung.

- b. Data Sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung artinya data yang sudah ada yang diperoleh dari pihak lain. Data

sekunder digunakan untuk mendukung informasi dari data primer.

Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari data internal pada BMT Fajar Bandar Lampung.

## C. Populasi dan Sampel

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, hlm. 8

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Atau populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.

Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.<sup>15</sup> Atau sampel adalah menurut Arikunto jika penulis meneliti dari sebagian populasi maka penelitian tersebut merupakan penelitian sampel. Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi berjumlah lebih dari 100 maka sampel yang diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>16</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang memilih produk pembiayaan Mudharabah yaitu sebesar 32 nasabah dan ditambah pegawai BMT sebanyak 2 orang, jadi total keseluruhan yaitu 34 nasabah.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan teknik Accidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Responden merupakan nasabah yang bergabung pada BMT Fajar Bandar Lampung.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner dalam penelitian ini akan disebarakan kepada masyarakat yang memilih Produk Pembiayaan Murabahah yang akan disebarakan menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>17</sup> Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

---

<sup>15</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 76

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm 76-77

<sup>17</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.



Dasar skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Adapun skala ukuran yang digunakan oleh penulis untuk menghitung jawaban skor responden menggunakan skala likert, ukuran skala yang digunakan ada 5 skala, yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS): diberi nilai 5
- b. Setuju (S): diberi nilai 4
- c. Netral (N): diberi nilai 3
- d. Tidak Setuju (TS): diberi nilai 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS): diberi nilai 1

## 2. Dokumentasi Kepustakaan

Yaitu sumber teknik pengumpulan data dimana penulis untuk melakukan penelitian terhadap beberapa literatur yang ada kaitannya dengan penulisan skripsi ini. Literatur ini berupa buku-buku, situs-situs internet, skripsi-skripsi terdahulu, dan lain sebagainya. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melaksanakan studi kepustakaan ini adalah dengan cara membaca, mengutip atau menganalisa dan merangkum hal-hal yang diperlukan.

## E. Instrumen Penelitian

Hal yang harus dilakukan dalam menganalisis data penelitian adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji ini digunakan untuk menguji kuesioner yang digunakan terhadap responden apakah kuesioner yang digunakan valid atau tidak dan apakah kuesioner reliabel atau tidak.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat.<sup>18</sup>

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap skor butir pertanyaan atau indikator terhadap skor totalnya. Yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel dalam penelitian. Untuk mengetahui apakah variabel yang di uji valid atau tidak, hasil korelasi dengan angka kritik tabel korelasi dengan taraf signifikan 5%. Jika  $r$  hitung >  $r$ -tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika nilai  $r$  hitung <  $r$ -tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas menggambarkan pada kemantapan dan keajegan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas atau keajegan yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil (ajeg) sehingga dapat diandalkan (dependability) dan dapat digunakan untuk meramalkan (predictability). Dengan demikian, alat ukur tersebut akan memberikan hasil pengukuran yang tidak berubah-ubah dan akan memberikan hasil yang serupa apabila digunakan berkali-kali. Suatu instrument penelitian atau alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau baik apabila instrumen penelitian atau alat ukur tersebut selalu memberikan hasil yang sama ketika digunakan berkali-kali, baik oleh peneliti yang sama maupun oleh peneliti yang lain. Oleh karena itu, pengujian reabilitas instrument penelitian atau angket dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi atau keajegan hasil yang diperoleh dari penggunaan instrument atau alat ukur tersebut.<sup>19</sup>

Pengukuran reabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis program SPSS versi 16,0 yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

## F. Teknis Analisis Data

Teknik yang akan digunakan dalam menganalisis data penelitian ini adalah dengan metode analisis kuantitatif yang menggunakan program SPSS antara lain:

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji normalitas

Pembahasan yang berhubungan dengan normalitas antara lain berupa; kurva normal dan juga pengujian normalitas itu sendiri. Pembahasan yang berhubungan

---

<sup>18</sup> R. Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013), hlm 55

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm 81

dengan kurva normal akan diarahkan pada dua hal pokok yang berupa *skewness* dan *kurtosis*. Kedua hal tersebut merupakan statistik yang digunakan untuk menghitung dua aspek yang berkaitan dengan normalitas data. Skewness mengukur tentang sejauh mana kemencengan kurva tersebut dari kurva simetrik normal sedangkan kurtosis mengukur tentang kecuraman atau keruncingan kurva tersebut atas simetrik normal standar.

Salah satu uji persyaratan yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis parametrik yaitu uji normalitas data populasi.<sup>20</sup>

b. Uji Multikolonieritas

Uji asumsi tentang multikolonieritas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) lainnya. Frisch dalam Gujarati dan Zein (1997) menyatakan bahwa istilah multikolonieritas berate adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Dalam analisis regresi ganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga akan mempengaruhi variabel tergantungnya. Pendugaan tersebut akan dapat dipertanggung jawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linear (multikolonieritas) di antara variabel-variabel independen.<sup>21</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Analisis regresi linear ganda diperoleh dengan salah satu asumsi bahwa variabel pengganggu (error) atau  $\epsilon$ , di asumsikan memiliki varian yang konstan (rentangan  $\epsilon$  kurang lebih sama). Jika ternyata varian dari  $\epsilon$  tidak konstan misalnya membesar atau mengecil pada nilai X yang lebih tinggi, maka kondisi tersebut dikatakan tidak homoskedastik atau mengalami heteroskedastisitas. Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan.<sup>22</sup>

## 2. Analisa Regresi Berganda

Analisa regresi digunakan untuk memprediksi apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dan diuji hanya menggunakan satu variabel bebas. Dengan rumus sebagai berikut:<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 100

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm 224

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 240

<sup>23</sup> Muhammad Firdaus, *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 168

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah (Variabel Dependent)

X<sub>1</sub> = Referensi

X<sub>2</sub> = Pelayanan

a = Konstanta Regresi

b = Koefisien Regresi

e = Standar Error

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan (F)

Merupakan keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dan independen bersifat linier (garis lurus). Hal ini dilakukan sebagai syarat dilakukannya uji pengaruh. Artinya, jika hubungan kedua variabel linier maka uji pengaruh dapat dilakukan dan sebaliknya jika hubungan tidak linier, maka uji pengaruh tidak dapat dilakukan.

Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*P value*) > alpha 0,05 = tidak signifikan (menerima H<sub>0</sub>), artinya variabel independen tidak linier terhadap variabel dependen. Jika probabilitas < 0,05 = signifikan (menolak H<sub>0</sub>), artinya variabel independen linier terhadap variabel dependen.

Pengujian terhadap ketergantungan linier berganda, dilakukan dengan pengujian hipotesis dimana rumus yang digunakan:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

#### b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel *independent* secara individu terhadap variabel *dependent*, dengan menganggap variabel independen lainnya konstan:<sup>24</sup>

Apabila nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak

Apabila nilai sig > 0,05 maka Ho diterima

c. Uji Determinasi (Uji  $R^2$ )

Pengukuran kolerasi (r) berguna untuk mengukur kekuatan (*strength*) dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih. Kemungkinan hubungan antara dua variabel sebagai berikut:<sup>25</sup>

- 1) Kedua variabel tidak terdapat hubungan (nilai  $r=0$ )
- 2) Hubungan kedua variabel cukup kuat (nilai  $r=\pm 0,5$ )
- 3) Hubungan kedua variabel kuat (nilai  $r=\pm 0,75$ )
- 4) Hubungan antara kedua variabel sangat kuat (ni



---

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 117

<sup>25</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 34

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA**

#### **A. Gambaran Umum KSPPS BMT Fajar**

##### **1. Sejarah Singkat KSPPS BMT Fajar<sup>426</sup>**

BMT Fajar dirintis sejak 1996 oleh beberapa orang yang semula tergabung pada Yayasan Bina Sejahtera. Alasan yang mendasari munculnya kesadaran di kalangan pengurus Yayasan akan dua kenyataan pokok yakni: Pertama, dalam kiprahnya mendampingi kegiatan ekonomi produktif masyarakat kelas menengah kebawah, sering dijumpai pelaku usaha kecil/mikro mengalami keterbatasan mengakses modal perbankan. Akibatnya, mereka terjebak pada praktek rentenir. Karena itu dipandang perlu adanya lembaga keuangan (syariah) sebagai alternatif solusi tersebut. Kedua, munculnya lembaga alternatif tersebut diperlukan dalam jumlah yang cukup, untuk menjawab dua hal sekaligus, yaitu BMT Fajar dapat berkembang sebagai lembaga keuangan syariah yang dapat melayani kebutuhan modal usaha kecil/mikro dan BMT Fajar dapat dijadikan sebagai laboratorium atau model bagi masyarakat yang ingin mendirikan BMT-BMT.

Setelah mengalami masa embrional sejak Tahun 1996, pada tanggal 16 Mei 1997 BMT Fajar resmi didirikan oleh 31 orang. Dengan simpanan pokok

---

<sup>41</sup> Arsip KSPPS BMT Fajar

sebesar Rp50.000,00 per orang, sehingga modal terkumpul baru sebesar Rp1.550.000,00. Sejak itulah anggota pendiri sepakat menjadikan BMT Fajar Metro berbadan Hukum Koperasi. Legalitas tersebut tertuang dalam Akte Pendirian yang dikeluarkan oleh Kantor Wilayah Koperasi PKM Provinsi Lampung dengan Nomor Badan Hukum No. 61/BH/KWK.7/XII/1997 Tanggal 15 Desember 1997. Kemudian sejalan dengan adanya Otonomi Daerah, dilakukan perubahan Badan Hukum yang dikeluarkan oleh Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Metro No. 518/BH/PAD/003/II/2002 Tanggal 02 Februari 2002.

Pada Tahun 2000 BMT Fajar memperoleh penghargaan dari Gubernur Lampung sebagai Koperasi Berprestasi di Provinsi Lampung. Dan sejak tahun 2000 – 2005 memperoleh kepercayaan dari PT. PNM (Permodalan Nasional Madani) Jakarta, untuk menyalurkan modal kerja bagi usaha produktif dengan Pola Bagi Hasil (Pola Syariah).

Pada Tahun 2003 BMT Fajar memperoleh kepercayaan dari sebuah Lembaga Internasional yakni Mercy Corps Internasional (MCI) untuk menyalurkan modal kerja kepada 420 Usaha Warung Eceran Kecil di 5 (lima) Kecamatan Kota Metro sebesar Rp.259.700.000,00 (*Dua ratus Lima Puluh Sembilan Juta Tujuh ratus Ribu Rupiah*) dan dalam tahun 2003 tersebut juga telah ditandatangani Perjanjian Kerja Sama antara BMT Fajar Metro dengan BMM (*Baitul Maal Muamalat*) Jakarta untuk penguatan kelembagaan dan permodalan.

Pada tahun 2004, kepercayaan kepada BMT Fajar Metro muncul dari Microfin Jakarta yang turut serta menginvestasikan kepada BMT Fajar Metro sebesar Rp 75.000.000,00 (*Tujuh Puluh Lima Juta Rupiah*) yang selanjutnya digunakan untuk penguatan modal kerja.

Sebagai amanah Rapat Anggota penyempurnaan redaksi Anggaran Dasar dan Identitas BMT Fajar Metro serta adanya perubahan alamat kantor sendiri dan adanya Petunjuk Pelaksanaan KSPPS dari Menteri Negara Koperasi dan UKM No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tanggal 10 September 2004, maka diperlukan adanya perubahan Anggaran Dasar, sehingga Badan Hukum perlu ditinjau dan diajukan lagi kepada Kepala Dinas Perindagkop Kota Metro keluar dengan No. 518/001/BH/PAD/D.7.04/II/2005 Tanggal 15 Februari 2005. Selanjutnya untuk kepentingan perluasan jangkauan pelayanan dan pengembangan jaringan kantor cabang, maka pada tanggal 29 April 2010 dilakukan PAD dengan penetapan Kepala Dinas Koperindag Provinsi Lampung No. 0415/III.11/Klb.1/IV/2010.

Pada tahun 2010 BMT Fajar memperoleh penambahan modal dari BSM dan INKOPSYAH masing-masing Rp. 1.000.000.000,- (*satu milyar rupiah*). Selain itu dipercaya oleh Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) untuk menyalurkan pembiayaan kepada anggota sebesar Rp. 5.000.000.000,- (*Lima Milyar Rupiah*) dengan akad *Mudharabah*.

Sehubungan dengan adanya Peraturan Menteri Koperasi dan UKM RI No. 10/Per/M.KUKM/IX/2015 Tanggal 23 September 2015, tentang Petunjuk



Pelaksanaan Kelembagaan Koperasi dari KJKS berubah menjadi KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) maka dilakukan perubahan Anggaran Dasar, sehingga terbit ketetapan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung No. 904/III.11/Klb.1/IX/2015 Tanggal 23 September 2015.

Dalam kurun waktu 20 Tahun BMT Fajar telah menyalurkan pembiayaan 3.627 (Tiga Ribu Enam Ratus Dua Puluh Tujuh) Pengusaha kecil/mikro, dengan total pembiayaan *out standing* per 31 Desember 2016 lebih dari ( Rp.40.000.000.000,- (*empat puluh milyar rupiah*).

## 2. Visi , Misi dan Tujuan KSPPS BMT Fajar<sup>427</sup>

- 1) Visi : Terwujudnya LKM yang konsisten pada syariah untuk kesejahteraan dan kejayaan umat.
- 2) Misi :
  - a) Mendorong prakarsa dan kemandirian usaha mikro, kecil dan usaha menengah.
  - b) Membela dan memperjuangkan hak-hak ekonomi rakyat.
  - c) Menegakkan sistem mu'amalah *Iqtishodiyah* (Ekonomi Islam) berdasarkan prinsip-prinsip Syari'at Islam.
- 3) Tujuan

---

<sup>427</sup> Arsip KSPPS BMT Fajar

- a) Tercapainya pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan untuk mendorong perluasan pelayanan.
- b) Peningkatan Produktivitas usaha anggota yang Maksimal.
- c) Peningkatan daya saing BMT.
- d) Peningkatan Kesejahteraan Karyawan.

### 3. Profil KSPPS BMT Fajar

- 1) Nama KSPPS : KSPPS BMT FAJAR
- 2) Nomor Badan Hukum : 61/BH/KWK.7/XII/1997
- 3) Tanggal Badan Hukum : 15 Desember 1997
- 4) PAD Terakhir : 904/III.11/Klb.1/IX/2015  
Tanggal 23 September 2015
- 5) Pengawas:
  - a) Ketua : H. Samijo Jarot, M.BA.
  - b) Anggota : H. Mahfudz, S.Ag., M.H
  - c) Anggota : H. Budi Pranoto, M.Pd.I
- 6) Susunan Pengurus:
  - a) Ketua : Samsul Hadi
  - b) Sekretaris : M. Hasan Basri
  - c) Bendahara : Imam Nawawi
- 7) Susunan Pengelola Pusat:
  - Kepala Divisi : Helmy Firdaus

Siti Zulaikha

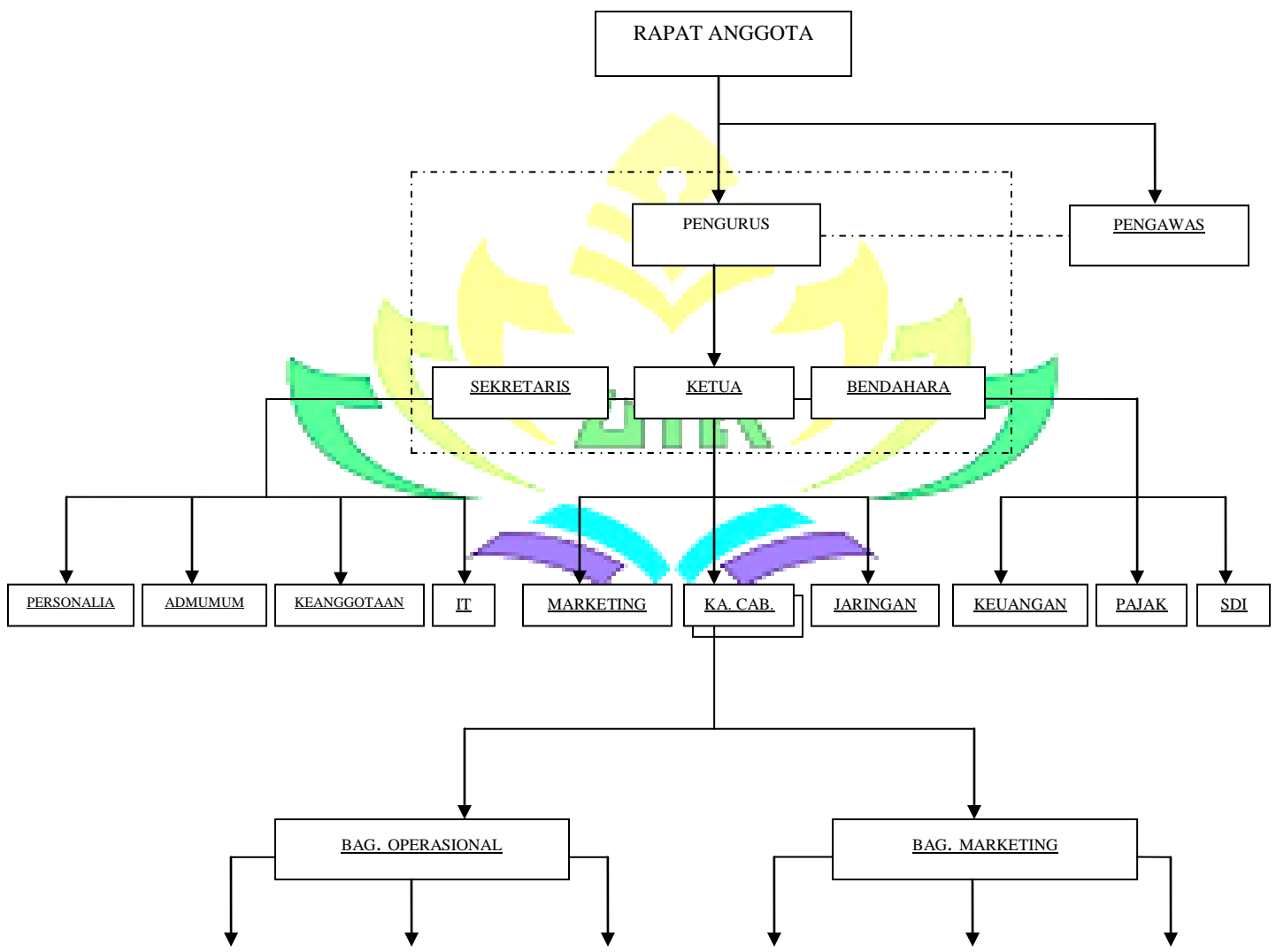
Ahmad Sodik

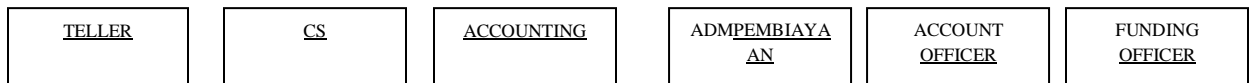
Staff pusat : Ayi Safrudin

Murdiana Wati

Staff *BaitulMaal* : Yus Piterjan

#### 4. Struktur Organisasi KSPPS BMT Fajar<sup>428</sup>





Gambar 4.1 Struktur KSPPS BMT Fajar

## 5. Cara Kerja Karyawan KSPPS BMT Fajar<sup>429</sup>

Cara kerja staf atau karyawan KSPPS BMT Fajar dilakukan sesuai dengan divisi dan tugas yang sudah ditetapkan, meskipun begitu mereka saling berkaitan dan bekerjasama satu sama lain. Seluruh staf bersikap transparan dan lugas dalam memberikan informasi tentang produk-produk KSPPS BMT Fajar kepada anggota/calon anggotaserta sistem dan tata cara dalam bertransaksi.

Kemudian dalam melayani setiap anggota yang akan melakukan pembiayaan KSPPS BMT Fajar memberikan penilaian yang akurat dalam menganalisa anggota, serta memberikan rasa aman terhadap barang agunan yang dijaminkan. Selain itu KSPPS BMT Fajar melakukan pembelian barang yang dibutuhkan anggota sesuai anggaran dan pembiayaan yang disetujui demi untuk menjaga syar'i dalam bertransaksi jual beli dan menghindari *riba*, kemudian *Account Officer* juga akan melakukan *monitoring* kepada anggota demi menjaga kerjasama dan silaturahmi selain itu hal ini juga berguna untuk mengetahui pembiayaan yang dilakukan benar-benar berguna, bermanfaat

<sup>429</sup> Andi Cahyono, Kepala Cabang KSPPS BMT Fajar Bandar Lampung, *interview*, 25 Agustus 2017

sekaligus menjadi pengawasan terhadap kemacetan yang mungkin timbul dikemudian hari.

## **B. Karakteristik Responden**

### **1. Analisis profil responden**

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh referensi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Fajar cabang Bandar Lampung. Sedangkan teknik sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* dan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik sampel menurut Arikunto dengan jumlah sampel sebanyak 32 orang responden. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 32 eksemplar dan semua kuesioner kembali serta responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian.

Profil responden diperinci menurut umur, jenis kelamin dan pekerjaan. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 1**

**Profil responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	24	75%
Perempuan	8	25%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: data diolah Peneliti, 2019

Profil responden berdasarkan tabel 1 jenis kelamin menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebanyak 24 orang atau 75%, sedangkan perempuan sebanyak 8 orang atau 25%, sehingga dari perbandingan presentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah dalam penelitian ini pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung adalah laki-laki.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2**

**Profil responden berdasarkan pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>Pedagang</b>	16	50%
<b>Tukang jait</b>	16	50%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 2 yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini seimbang karna yang berprofesi sebagai Pedagang sebanyak 16 orang atau 50% dan yang berprofesi sebagai tukang jait sebanyak 16 orang atau 50%.

**Tabel 3**

**Tanggapan Responden Mengenai Referensi (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Saya menggunakan produk mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan ajakan teman.	19	12	1	0	0	32	59,375%	37,5%	3,125%	0	0	100%
2	Saya menggunakan produk mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh	14	12	4	2	0	32	43,75%	37,5%	12,5%	6,25%	0	100%



	dengan tetangga saya.												
3	Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan lingkungan kerja saya.	20	11	1	0	0	32	62,5%	34,375%	3,125%	0	0	100%
4	Saya menggunakan produk mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan anggota	8	19	4	1	0	32	25%	59,375%	12,5%	3,125%	0	100%

	keluarga yang pernah menggunakan pembiayaan ini.												
5	Aspirasi atau keinginan saya untuk menjadi anggota BMT mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar	14	15	3	0	0	32	43,75%	46,875%	9,375%	0	0	100%

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 19 responden atau 59,375% hal ini menunjukkan bahwa dorongan dari teman dapat membuat responden memilih produk pembiayaan mudharabah di BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 14 responden atau 43,75% hal ini menunjukkan bahwa informasi dari tetangga dapat mendorong responden memilih produk pembiayaan mudharabah di BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 20 responden atau 62,5% hal ini menunjukkan bahwa informasi atau pengaruh dari lingkungan dapat mendorong responden memilih produk pembiayaan mudharabah di BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju sebesar 19 responden atau 59,375% hal ini menunjukkan bahwa informasi atau pengaruh dari anggota keluarga yang pernah menggunakan pembiayaan mudharabah ini dapat mendorong responden memilih produk pembiayaan mudharabah di BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju sebesar 15 responden atau 46,875% hal ini menunjukkan bahwa pengaruh aspirasi atau keinginan masyarakat untuk menjadi anggota BMT mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung

**Tabel 4**

**Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Keadaan lingkungan perusahaan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan	16	15	1	0	0	32	50%	46,875%	3,125%	0	0	100%

	Mudharabah pada BMT Fajar.												
2	Kemampuan perusahaan dalam melayani Nasabah mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.	18	11	3	0	0	32	56,25%	34,375%	9,375%	0	0	100%
3	Ketanggapan dalam pemberian	11	14	7	0	0	32	34,375%	43,75%	21,875%	0	0	100%

	informasi mempengaruhi keputusan saya dalam memilih pembiayaan Mudharabah												
4	Jaminan atau rasa kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT	18	11	3	0	0	32	56,25%	34,375%	9,375%	0	0	100%

	Fajar.												
5	Perhatian yang tulus kepada Nasabah mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.	19	8	5	0	0	32	59,375%	25%	15,625%	0	0	100%

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 16 responden atau 50% hal ini menunjukan bahwa keadaan lingkungan perusahaan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 18 responden atau

56,25% hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam melayani Nasabah mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 14 responden atau 43,75% hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan dalam pemberian informasi mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 18 responden atau 56,25% hal ini menunjukkan bahwa jaminan atau rasa kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju sebesar 19 responden atau 59,375% hal ini menunjukkan bahwa perhatian yang tulus kepada Nasabah mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.



**Tabel 5**

**Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk  
Pembiayaan Mudharabah (Y)**

No	Pernyataan	Frekuensi						Presentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Kebutuhan hidup mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT	12	12	7	1	0	32	37,5%	37,5%	21,875%	3,125%	0	100%

	Fajar.												
2	Adanya masalah ekonomi mempengaruhi keputusan saya untuk memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar.	14	15	3	0	0	32	43,75%	46,875%	9,375%	0	0	100%
3	Berita di Media massa atau Internet mengenai BMT Fajar mempengaruhi keputusan	14	15	3	0	0	32	43,75%	46,875%	9,375%	0	0	100%

	saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.												
4	Tujuan untuk mendapatkan modal mempengaruhi keputusan saya menggunakan pembiayaan mudhrabah.	14	17	1	0	0	32	34,75%	53,125%	3,125%	0	0	100%
5	Adanya desakan kebutuhan mempengaruhi	15	15	2	0	0	32	46,875%	46,875%	6,25%	0	0	100%

	keputusan saya untuk memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar.												
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju dan setuju yang sama-sama sebesar 12 responden atau 37,5 % hal ini menunjukan bahwa kebutuhan hidup mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 15 responden atau 46,875% hal ini menunjukan bahwa adanya masalah ekonomi mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 15 responden atau

46,875% hal ini menunjukkan bahwa berita di Media massa atau Internet mengenai BMT Fajar mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 17 responden atau 53,125% hal ini menunjukkan bahwa tujuan untuk mendapatkan modal mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan pembiayaan mudhrabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah sangat setuju dan setuju yang sama-sama sebesar 15 responden atau 46,875% hal ini menunjukkan bahwa adanya desakan kebutuhan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung.

### C. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Butir Pernyataan	Nilai Korelasi $r$ hitung	$R_{tabel}$	Kesimpulan
X11	0,698	0,349	Valid
X12	0,606	0,349	Valid

X13	0,684	0,349	Valid
X14	0,613	0,349	Valid
X15	0,632	0,349	Valid

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa variabel Referensi seluruhnya bersifat valid hal ini dikarenakan perolehan nilai  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ .

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>Nilai Korelasi <math>r</math> hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
X21	0,613	0,349	Valid
X22	0,831	0,349	Valid
X23	0,701	0,349	Valid
X24	0,831	0,349	Valid
X25	0,613	0,349	Valid

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa variabel Pelayanan seluruhnya bersifat valid hal ini dikarenakan perolehan nilai  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ .

Butir Pernyataan	Nilai Korelasi r hitung	R tabel	Kesimpulan
Y11	0,650	0,349	Valid
Y12	0,799	0,349	Valid
Y13	0,818	0,349	Valid
Y14	0,860	0,349	Valid
Y15	0,763	0,349	Valid

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa variabel Keputusan seluruhnya bersifat valid hal ini dikarenakan perolehan nilai r hitung > r tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Realibility Coefficient	Crounbach's Alpha	Kesimpulan
1	Referensi (X1)	5	0,620	Reliabel
2	Pelayanan (X2)	5	0,760	Reliabel
3	Keputusan (Y)	5	0,817	Reliabel

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa hasil uji Reliabilitas yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai *crounbach's alpha* mempunyai standart 0,60 sedangkan data hasil kuisioner dalam penelitian ini seluruhnya bernilai lebih dari 0,60 jadi dapat disimpulkan bahwa data kuisionernya bersifat reliabel atau dapat di yakini kebenarannya.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	<i>Unstandardized Residuan</i>
N	32
Kolmogorov-Smirnov Z.	0,112
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui nilai sign pada baris Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya data dalam penelitian ini bersifat normal.

##### 2. Uji Multikolinearitas



Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.538	3.136		.171	.865		
Referensi	.557	.179	.471	3.109	.004	.583	1.717
Pelayanan	.407	.158	.390	2.576	.015	.583	1.717

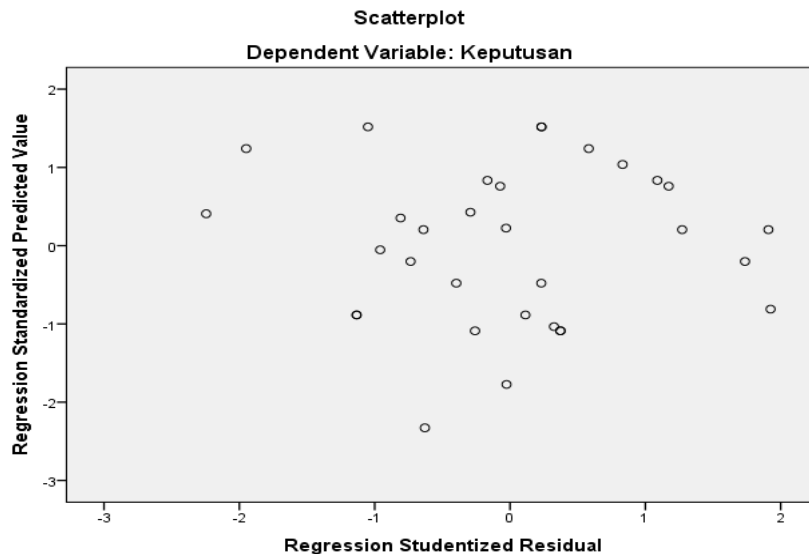
a. Dependent Variable: keputusan

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa variabel x dalam penelitian ini tidak ada yang memiliki nilai tolerace dibawah 0,10 / 10% karena nilai tolerance dari variabel referensi sebesar 0,583> 0,10 sedangkan nilai tolerance dari variabel pelayanan juga memperoleh hasil 0,583> 0,10. Dan untuk VIF tidak ada satu variabel independen pun yang memiliki nilai lebih besar dari angka 10.

Variabel referensi memperoleh hasil  $FIV\ 1,717 < 10$  dan variabel pelayanan juga memperoleh hasil  $1,717 < 10$ .

### 3. Uji Heteroskedastisitas



Keterangan:

Berdasarkan grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik berada disekitar bawah dan atas atau sekitar angka 0. Titik juga tidak mengumpul diatas dan dibawah atau sekitar sumbu y saja. Dan dapat diketahui bahwa penyebaran titik juga tidak membentuk suatu pola. Kesimpulannya adalah penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.538	3.136		.171	.865
Referensi (X <sub>1</sub> )	.557	.179	.471	3.109	.004
Pelayanan (X <sub>2</sub> )	.407	.158	.390	2.576	.015

a. Dependent Variable: keputusan

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa;

1. Nilai konstanta sebesar 0,538. Artinya jika variabel x ( referensi dan pelayanan) diasumsikan (0) atau tetap, maka keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mudharabah bernilai 0,538 atau 53,8%.
2. Koefisien variabel Referensi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,557 yang artinya apabila tingkat referensi mengalami peningkatan 1% maka keputusan nasabah

akan meningkat 0,557 atau 55,7% dengan berasumsi bahwa variabel independen yang lain adalah konstan.

3. Koefisien variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,407 yang artinya apabila tingkat pelayanan mengalami peningkatan 1% maka keputusan nasabah akan meningkat 0,407 atau 40,7% dengan berasumsi bahwa variabel independen yang lain adalah konstan.

## E. Uji Hipotesis

### 1. Uji T

a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.538	3.136		.171	.865
Referensi (X <sub>1</sub> )	.557	.179	.471	3.109	.004
Pelayanan (X <sub>2</sub> )	.407	.158	.390	2.576	.015

a. Dependent Variabel: keputusan

Keterangan :

Dari Tabel diatas diketahui bahwa

1. variabel X1 (Referensi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah hal ini disimpulkan dari perolehan hasil t hitung  $3,109 > 1,697$  dan nilai sig.  $0,004 > 0,05$ .
2. variabel X2 (Pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah hal ini disimpulkan dari perolehan hasil t hitung  $2,576 > 1,697$  dan nilai sig.  $0,015 > 0,05$ .

## 2. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	124.677	2	62.339	22.872	.000 <sup>b</sup>
Residual	79.042	29	2.726		
Total	203.719	31			

---

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictor: (Constant), Pelayanan, Referensi

Keterangan :

Dari Tabel diatas hasil uji f memperoleh nilai f hitung sebesar 22,872. Syarat dari pengujian F adalah nilai sig. < 0,05 atau f hitung lebih besar dari f tabel. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai sig. 0,000 yang artinya < 0,05 dan diperoleh f hitung 22,872 < f tabel 3,33. Kesimpulan adalah referensi (X1) dan pelayanan (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah (Y)

### 3. Koefisien Determinasi / R Square ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.612	.585	1.65093

a. Predictors: (Constant), pelayanan, referensi

b. Dependen Variable: keputusan

Keterangan :

Dari Tabel diatas hasil dari R square adalah 0,612 atau 61,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independenya itu referensi dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah sebanyak 61,2% dan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

#### **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh referensi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk mudharabah, pembahasan masing-masing variabel disajikan sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh referensi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Mudharabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t untuk variabel Referensi diperoleh nilai t hitung sebesar 3.109 dan t tabel sebesar 1.967 dengan taraf signifikan 0,004, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.109 > 1.967$ ), signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $sig > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Referensi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk mudharabah”, **didukung**.

Menurut Kotler dan Keller, Kelompok Referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak

langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk itu dapat dilihat oleh orang lain yang dihormati pembeli.

## **2. Pengaruh Pelayanan Terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Mudharabah**

Hasil penelitian menunjukkan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sebesar 2.576 dan t tabel 1.697 dengan tingkat signifikan 0,015; karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2.576 > 1.697$ ), signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $sig > 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Mudharabah”, **didukung**.

Pelayanan (service) menurut Kotler adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud layanan pelengkap dalam pembeian produk fisik kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap prapembelian hingga purna-



beli. Dari hal tersebut bisa dikatakan kualitas pelayanan adalah tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan kepada pihak lain yaitu konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Kota Medan”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah pada Bank Syariah Mandiri di Kota Medan.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,557, nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $3.109 > 1.697$ ), dan nilai signifikan sebesar 0,004 ( $sig < 0,05$ ).
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Mudharabah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,407, nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $2.576 > 1.697$ ), dan nilai signifikan 0,015 ( $sig < 0,05$ ).

#### B. Saran

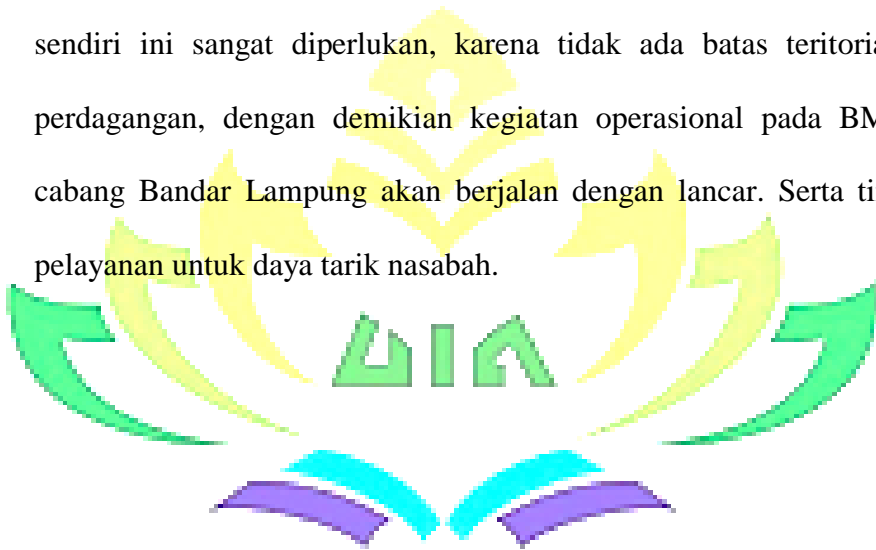
Penulis menyadari masih banyak terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Dari sisi akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

2. Dari sisi perusahaan (BMT Fajar cabang Bandar Lampung)

Untuk perkembangan dalam BMT Fajar cabang Bandar Lampung sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada BMT Fajar cabang Bandar Lampung akan berjalan dengan lancar. Serta tingkatkan pelayanan untuk daya tarik nasabah.



## Daftar Pustaka

### 1. Buku

Andri Soemitra. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP

Euis Amalia. 2005. *Sejarah Pemikiran Ekonom Islam*. Jakarta : Pustaka Asatruss

Hartono. 2008. *SPSS 16.0 Analisa Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta : PRENAMEDIA GROUP

Khotibul Umam.2016. *Perbankan Syariah: dasar-dasar dinamika perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers

M. Lutfi Hamidi. 2003. *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*. Jakarta : Senayan Abadi Publishing

M. Nur Rianto Al-Arif.2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta

Muhammad Firdaus. 2011. *Ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Naf'an.2014. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta : GRAHA ILMU

Nanang Martono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers

Nurul, Hudad. Mohamad, Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP

Philip Kotler dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat Pearson education Asia

Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

R. Gunawan Sudarmanto. 2013. *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media

Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi

Zainal Arifin. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, cet VI

Zaimudin Ali. 2008. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika

## **2. Jurnal**

Agus Susanto, Account Officer KSPPS BMT Fajar Cabang Bandar Lampung, *interview*, 25 Agustus 2017

Andi Cahyono, Kepala Cabang KSPPS BMT Fajar Bandar Lampung, *interview*, 25 Agustus 2017

Daulay Raihanah, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan”*, Jurnal Riset Akutansi & Bisnis Vol. 12 No. 1 2014

Endang Retno Ningsih, *“Sistem Informasi Simpanan dan Pembiayaan Pada BMT Al-Multazam Kabupaten Tegal”*, Jurnal Evolusi, Vol. 3 No. 2 (2015)

Novita Dewi Masyitoh, *“Analisis Normatif Undang-undang No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil”*, Vol. V Edisi 2, (Semarang, Oktober 2014)

Suharto Mariko, *“Transaksi Likuiditas di Lembaga Keuangan Mikro Syariah ditinjau dari Hukum Ekonomi Islam”*, Jurnal Tamwil, Vo;. 1 No. 2, (Juli-Desember 2015)

### **3. Skripsi**

Frida Setya Ayu. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Tabungan* (Studi pada Bank BNI Syariah Cbang Yogyakarta, 2015)

Yalisma Dewi, *Pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, kebutuhan dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah* (studi kasus pada PT. BNI Syariah Cabang kusumanegara, Yogyakarta), Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga, 2013)

## KUISIONER PENELITIAN

*Assallamualaikum wr.wb.*

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kegiatan penyusunan skripsi, saya melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Referensi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Mudharabah (Studi pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung)”**. Berdasarkan hal tersebut, maka saya memohon agar anda dapat meluangkan waktu untuk mengisi pertanyaan kuesioner yang terlampir. Informasi yang anda berikan akan sangat membantu dalam penelitian ini. Oleh karena itu, besar harapan saya bahwa anda dapat memberikan informasi yang sebenarnya.

Atas kerjasama dan waktu anda untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

*Wassallamualaikum wr.wb*

Hormat Saya

**Lusinta Elva Dhita**  
**UIN Raden Intan Lampung**

A. Informasi Umum

1. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Pekerjaan :

B. Pernyataan variabel X1 (Referensi), X2 (Pelayanan) dan Y (Keputusan).

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (  $\checkmark$  ) pada kolom jawaban yang menurut

anda paling sesuai

Keterangan : SS (Sangat Setuju)

S (Setuju)

N (Netral)

TS (Tidak Setuju)

STS (Sangat Tidak Setuju)



PERNYATAAN					
Referensi (X1)	SS	S	N	TS	STS
1. Saya menggunakan produk mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan ajakan teman.					
2. Saya menggunakan produk mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan tetangga saya.					
3. Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan lingkungan kerja saya.					
4. Saya menggunakan produk mudharabah pada BMT Fajar karena terpengaruh dengan anggota keluarga yang pernah menggunakan pembiayaan ini.					
5. Aspirasi atau keinginan saya untuk menjadi anggota BMT mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
Pelayanan (X2)	SS	S	N	TS	STS
1. Keadaan lingkungan perusahaan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
2. Kemampuan perusahaan dalam melayani Nasabah mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
3. Ketanggapan dalam pemberian informasi mempengaruhi keputusan saya dalam memilih pembiayaan Mudharabah .					
4. Jaminan atau rasa kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
5. Perhatian yang tulus kepada Nasabah mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
Keputusan (Y)	SS	S	N	TS	STS
1. Kebutuhan hidup mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
2. Adanya masalah ekonomi mempengaruhi keputusan saya untuk memilih produk pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar.					
3. Berita di Media massa atau Internet mengenai BMT Fajar mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk pembiayaan Mudharabah pada BMT Fajar.					
4. Tujuan untuk mendapatkan modal mempengaruhi keputusan saya menggunakan pembiayaan mudharabah.					

5. Adanya desakan kebutuhan mempengaruhi keputusan saya  
untuk memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Fajar.

--	--	--	--	--



LAMPIRAN

Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Referensi
X1.1	Pearson Correlation	1	.359*	.542**	.230	.246	.698**
	Sig. (2-tailed)		.044	.001	.206	.174	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.2	Pearson Correlation	.359*	1	.414*	-.019	-.003	.606**
	Sig. (2-tailed)	.044		.018	.918	.985	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.3	Pearson Correlation	.542**	.414*	1	.146	.218	.684**
	Sig. (2-tailed)	.001	.018		.426	.231	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.4	Pearson Correlation	.230	-.019	.146	1	.643**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.206	.918	.426		.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X1.5	Pearson Correlation	.246	-.003	.218	.643**	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.174	.985	.231	.000		.000
	N	32	32	32	32	32	32
Referensi	Pearson Correlation	.698**	.606**	.684**	.613**	.632**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Pelayanan
X2.1	Pearson Correlation	1	.421*	.388*	.336	.183	.613**
	Sig. (2-tailed)		.016	.028	.060	.317	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2.2	Pearson Correlation	.421*	1	.520**	.714**	.344	.831**
	Sig. (2-tailed)	.016		.002	.000	.054	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2.3	Pearson Correlation	.388*	.520**	1	.456**	.127	.701**
	Sig. (2-tailed)	.028	.002		.009	.488	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2.4	Pearson Correlation	.336	.714**	.456**	1	.471**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.009		.007	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X2.5	Pearson Correlation	.183	.344	.127	.471**	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.317	.054	.488	.007		.000
	N	32	32	32	32	32	32

Pelayanan	Pearson Correlation	.613**	.831**	.701**	.831**	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Keputusan
Y1.1	Pearson Correlation	1	.287	.287	.456**	.293	.650**
	Sig. (2-tailed)		.112	.112	.009	.104	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y1.2	Pearson Correlation	.287	1	.773**	.576**	.525**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.112		.000	.001	.002	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y1.3	Pearson Correlation	.287	.773**	1	.664**	.525**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.112	.000		.000	.002	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y1.4	Pearson Correlation	.456**	.576**	.664**	1	.723**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000		.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32
Y1.5	Pearson Correlation	.293	.525**	.525**	.723**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.104	.002	.002	.000		.000

N		32	32	32	32	32	32
Keputusan	Pearson Correlation	.650**	.799**	.818**	.860**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	5

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

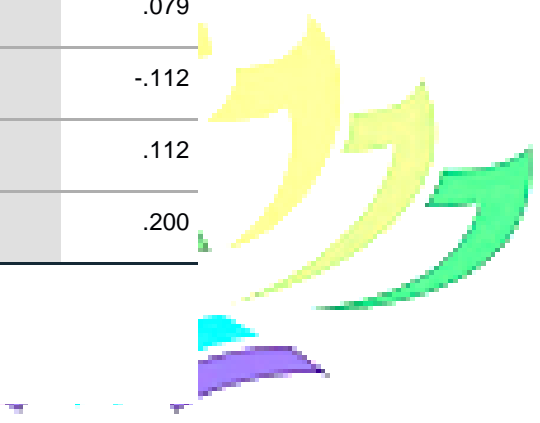
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Total		
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	65.3125
	Std. Deviation	6.40281
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.079
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Uji Multikolinearitas

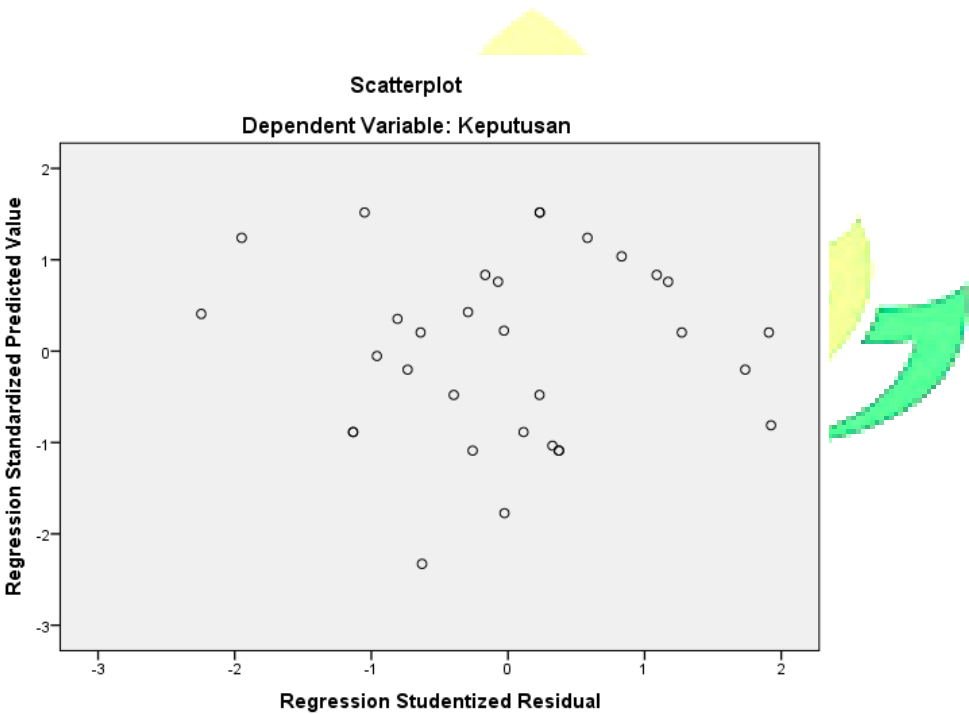
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.538	3.136		.171	.865		
	Referensi	.557	.179	.471	3.109	.004	.583	
	Pelayanan	.407	.158	.390	2.576	.015	.583	

a. Dependent Variable: Keputusan

Uji Heteroskedastisitas





## Uji Analisis Regresi Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.538	3.136		.171	.865
	Referensi	.557	.179	.471	3.109	.004
	Pelayanan	.407	.158	.390	2.576	.015

a. Dependent Variable: Keputusan



## Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.538	3.136		.171	.865
	Referensi	.557	.179	.471	3.109	.004
	Pelayanan	.407	.158	.390	2.576	.015

a. Dependent Variable: Keputusan

## UJI F



### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.677	2	62.339	22.872	.000 <sup>b</sup>
	Residual	79.042	29	2.726		
	Total	203.719	31			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Referensi

## Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Change Statistics					
Model	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.612 <sup>a</sup>	22.872	2	29	.000

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Referensi

